

ЩОДО ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ 3 ПОЗИЦІЇ КОМЕРЦІЙНОЇ КОНЦЕСІЇ

Василевський І.П., Черненко Н.О.

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Згідно міжнародної асоціації франчайзингу, термін «франчайзинг» означає форму організації бізнесу, при якій компанія (Франчайзер) передає право на продаж своїх продуктів і послуг партнеру-франчайзі, яким може бути юридична або фізична особа. Франчайзі зобов'язується продавати ці продукти або послуги за заздалегідь визначеними правилами ведення бізнесу, встановленим франчайзером, і одержує дозвіл використовувати ім'я компанії-франчайзера, її репутацію, досвід, маркетингові технології, експертизу та механізми підтримки [1,2].

Водночас, одна з найстарших асоціацій франчайзингу, а саме Британська асоціація франчайзингу зазначає, що франчайзинг є безпосередньо «ліцензією», яка надається франшизодавцем іншій особі (франшизоодержувач). Ця ліцензія надає право франчайзі володіти та управляти власним бізнесом, використовуючи торгову марку, технологію та інші позначення. Термін дії ліцензії визначається відповідно до договору франчайзингової діяльності.

Однак проблема українського законодавства полягає в тому, що такого поняття як «франчайзинг» не існує. Українське законодавство ототожнює термін «франчайзинг» з терміном «комерційна концесія». Основними нормативно-правовими актами, на які спирається Українське законодавство є Цивільний та Господарський кодекси України.

В статті 1115 ЦК України сказано, що комерційна концесія є договором, за яким одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) за плату право користування відповідно до її вимог комплексом належних цій стороні прав з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг [3].

Договір комерційної концесії укладається лише в письмовій формі, в іншому випадку договір буде визнано недійсним.

Так само як і в франчайзингу, винагорода за договором комерційної концесії може виплачуватися користувачем правоволоділельцеві у формі разових або періодичних платежів або в іншій формі, передбаченій договором. [4].

Згідно статті 1117 ЦК України, сторонами в договорі комерційної концесії можуть бути фізична та юридична особи, які є суб'єктами підприємницької діяльності.

Основними обов'язками правоволоділельця згідно статті 1120 ЦК України та за умови, що інше не було встановлено договором комерційної концесії, є наступні:

- правоволоділець мусить надати користувачеві необхідну технічну та комерційну документацію;
- правоволоділець має надати користувачеві постійне технічне та консультативне сприяння;
- правоволоділець повинен перевіряти якість товарів (робіт, послуг), що виробляються (виконуються, надаються) користувачем на основі договору комерційної концесії.

Згідно статті 1121 ЦК України та за умови, що інше не було встановлено договором комерційної концесії, користувач мусить:

- користуватися торговельною маркою та іншими позначеннями правоволоділельця згідно прописаних умов в договорі комерційної концесії;
- надавати належну якість товарів (робіт, послуг), які виробляються (виконуються, надаються) відповідно до договору комерційної концесії;
- дотримуватися інструкцій та вказівок правоволоділельця, спрямованих на забезпечення відповідності характеру, способів та умов використання комплексу наданих прав використанню цих прав правоволоділельцем [3];
- надавати покупцям (замовникам) додаткові послуги, на які вони могли б розраховувати, купуючи (замовляючи) товари (роботи, послуги) безпосередньо у правоволоділельця;
- доводити до відома покупців (замовників) інформацію щодо використання торговельної марки та інших позначень правоволоділельця, на основі укладеного договору комерційної концесії;
- не розголошувати секрети виробництва правоволоділельця, іншу одержану від нього конфіденційну інформацію.

Тобто виходячи з цих положень можна зробити висновок, що комерційна концесія справді підтверджує всі визначальні характеристики франчайзингу. Але, у разі ведення франчайзингової діяльності з іншими державами виникає інша проблема. Справа в тому, що в таких країнах, як Швейцарія, Бельгія, Португалія та Франція під терміном «комерційна концесія» розуміють один з видів «виключних» або «дистриб'юторських» угод.

За національним законодавством цих країн під договором комерційної концесії розуміється угода, за якою одна сторона закупає в іншій стороні товари, виготовлені або придбані останньою, з метою їх перепродажу в межах певної території [5]. Тому, під час укладання договору із зарубіжними партнерами

необхідно враховувати, що для деяких країн термін «комерційна концесія» є значно вужчим ніж договір франчайзингової угоди.

Також, в законодавстві деяких країн присутні особливі уточнення при укладанні договору франчайзингу. Наприклад, в США, обов'язковою умовою до укладання договору є часткове розкриття інформації про франшизу і франшизодавця до укладення договору франчайзингу і встановлює санкції за надання неправдивої інформації. Федеральна торговельна комісія США здійснює контроль за дотриманням цих правил і може накласти штраф у розмірі до 10 000 дол. США за порушення встановлених вимог [5].

Відповідно до цього варто зробити наступні висновки:

- незважаючи на активний розвиток як франчайзингу так і законодавства стосовно нього на території України, українське законодавство потребує подальших змін на шляху до спрощення і посилення стосунків міжнародної франчайзингової діяльності.

Для того щоб вирішити наведені вище проблеми, уряду України необхідно:

- розробити досконалу законодавчу базу, де франчайзинг буде чітко позначений;
- термін «комерційна концесія» мусить отримати більш вузьке значення і являти собою складову закону про франчайзинг;
- розробити відповідний закон про франчайзинг, який буде розміщено в ЦК і ГК України;
- посилити контроль щодо правомірної діяльності між правоволодільцем та правоохоронцем.

Всі ці заходи направлені на спрощення механізму франчайзингової діяльності в Україні та на міжнародній арені. Представлені рішення позитивно вплинуть на культуру франчайзингу в Україні, актуальність якого сьогодні надзвичайно велика, адже франчайзинг є суттєвою рушійною силою економіки будь-якої держави за рахунок свого механізму взаємодії між малим, середнім та великим бізнесом одночасно. Це дозволить уникнути протиріч між Україною та іншими державами і прискорить подальший розвиток франчайзингу в Україні.

Список використаних джерел:

1. Історія франчайзингу. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.franchise-law.com/franchise-law-overview/a-brief-history-of-franchising.shtml>
2. Міжнародна асоціація франчайзингу. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://fdf.org.ua/about-franchise/glossary>
3. ЦК України, стаття 1115. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
4. ГК України, стаття 369. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
5. Про спільні та відмінні риси франчайзингу і комерційної концесії. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://franchising.ua/franchayzing/46/franchayzing-kommerciyna-koncesiya/>